

Wege und Auswege der Mediendebatte. Ben Bachmair antwortet auf Fragen des Diskurs

Diskurs 4 (1994) 1, S. 56-61



Quellenangabe/ Reference:

Bachmair, Ben [interviewte Person]; Gaiser, Wolfgang [Interviewer]: Wege und Auswege der Mediendebatte. Ben Bachmair antwortet auf Fragen des Diskurs - In: Diskurs 4 (1994) 1, S. 56-61 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-66654 - DOI: 10.25656/01:6665

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-66654>

<https://doi.org/10.25656/01:6665>

in Kooperation mit / in cooperation with:



**Deutsches
Jugendinstitut**

www.dji.de/diskurs

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Digitalisiert

THEMA

Aufwachsen im Medienalltag

Gaiser

Aufwachsen im Medienalltag.

Einführung in das Thema 2
Die Medien und insbesondere das Fernsehen stehen im öffentlichen Interesse. Qualitätsverlust und die Darstellung von Gewalt und Sexualität werden kritisiert. Gleichzeitig prägen sie Meinungen und zeichnen Bilder von Wirklichkeiten oder auch von Traumwelten. Wissenschaftlich ist ihre Wirkung umstritten. Wird die »Informationsgesellschaft« informiert oder wird sie durch die Medien manipuliert? Was bedeuten Medien für Kinder, Jugendliche und Familien? – Die Beiträge des Themenheftes »Medien« versuchen, Antworten zu geben und offene Fragen der Forschung zu benennen.

Feil

Kinder und Fernsehen: Das Problem mit der

Medienerziehung 8
Mit den Veränderungen in der Medienlandschaft wird auch die Frage von Kontrolle und Medienerziehung neu gestellt. Welche Notwendigkeiten und welche Möglichkeiten gibt es, den Medienumgang von Kindern zu steuern?

Aufenanger

Medientheoretische Ansätze 17
Welche theoretischen Annahmen und empirischen Begründungen liefert die Medienforschung? Welche Perspektiven zeichnen sich ab?

Schaar

Medienwelten – Bilderwelten 24
Eine feuilletonistische Sicht von Jugendkultur stellt nach historischen Streiflichtern auf die letzten 30 Jahre einige Phänomene heutiger Medienwelten dar.

Barthelmes, Sander

Gewinn statt Gefährdung? 30
*Der Medienumgang von Jugendlichen als Ausdruck persönlicher Geschmackskultur
Anhand der Ergebnisse qualitativer Interviews in Familien lässt sich zeigen, wie Jugendlichen aus dem Umgang mit Medien einen »persönlichen Gewinn«, vor allem für ihre Identität, ziehen können.*

Mayr-Kleffel

Facetten weiblicher Medienkultur 43
Weibliches Medieninteresse unterscheidet sich schichtübergreifend von männlichem. Zwei Fallbeispiele weiblicher Medienwahlen zeigen die Verbindung spezifischer Problemkonstellationen in der weiblichen Adoleszenz.

Klingler, Schönenberg
Kinder und Medien –
Eine alltägliche Beziehung 48
*Die Studie »Kinder und Medien 1990« liefert repräsentati-
ve Daten zur Entwicklung der Mediennutzung seit 1979,
zum Vergleich der alten und neuen Bundesländer und zu
den Präferenzen von Jungen und Mädchen.*

INTERVIEW

Wege und Auswege der Mediendebatte.
Perspektiven für Forschung und Pädagogik 56
*Der Medienexperte Ben Bachmaier antwortet auf Fragen
des DISKURS*

VARIA

Alt, Bien
Eigeninteresse oder Solidarität ?
Die moderne Mehrgenerationenfamilie. 62
*Nach den Ergebnissen einer repräsentativen DJI-Studie zei-
gen sich vielfältige Formen der Unterstützung zwischen den
Generationen*

LITERATURREPORT

Barthelmes, Mayr-Kleffel
Wie halten Sie es mit der Gewalt? 68
*Ein kritischer Überblick über ausgewählte Literatur zur
Wirkung von Gewaltdarstellungen in den Medien*

ZUSAMMENFASSUNGEN/

SUMMARIES/

RÉSUMÉS 75
Impressum 80

Wege und Auswege der Medien-debatte

Ben Bachmair
antwortet
auf Fragen des DISKURS



Prof. Dr. Ben Bachmair: Jahrgang 1943, Mediendidaktische Forschung für die Produktion von Unterrichtsfilmen im Institut für Film und Bild (FWU), Curriculumentwicklung für Vorschulerziehung, Lehr- und Forschungstätigkeit an den Universitäten Erlangen, Kiel und Siegen. Seit 1978 Professor für Erziehungswissenschaft und Medienpädagogik an der Universität Kassel. Gastprofessor an den Universitäten Klagenfurt und Florenz, Fellow am Institute of Education der Universität London, ab Herbst 1994 Leiter der Abteilung Medien und Kultur am DJI. Arbeitsschwerpunkte: Empirische Studien zur Funktion von Massenkommunikation im Alltagsleben von Kindern, Jugendlichen und Familien, Entwicklung praktischer Methoden der Medienpädagogik, Kulturhistorische Studien zur Massenkommunikation, Methoden qualitativer Medien- und Kommunikationsforschung, Entwicklung von Institutionen zur Medienkultur (internationale Studienkooperation)

Korrespondenzanschrift:
Prof. Dr. Ben Bachmair
Fachbereich 1
Universität Kassel
Nora-Platiel-Straße 1
34127 Kassel

DISKURS: Wen man heute den Forschungsstand im Bereich Medien bilanziert, zeigt sich zunächst eine nahezu unübersichtbare Fülle von Projekten und Resultaten. Gleichzeitig stellen sich die Ergebnisse aber als lückenhaft und widersprüchlich dar. Dies scheint auch bezüglich der drei zentralen Themenkomplexe zu gelten: Medieninhalte und Angebotsstruktur, Medienproduzenten und Markt, Rezipienten als denkende und handelnde Subjekte. Wo sehen Sie die dringlichste Herausforderung für die Medienforschung?

BACHMAIER: Es ist richtig, die Ergebnisse von nunmehr zwei Forschergenerationen zur Massenkommunikationsforschung – beginnend u. a. mit Lasswell oder Lazarsfeld aus den 40er Jahren in den USA oder Halloran und Himmelweit aus den 50ern in Großbritannien – haben eine unüberschaubare Flut von Veröffentlichungen und keine eindeutig verwendbaren oder einordenbaren Ergebnisse gebracht. Das läßt sich gerade an der aktuellen öffentlichen Diskussion in den Medien über die Auswirkungen von Gewaltdarstellungen auf Kinder und Jugendliche sehen. Tenor dieser Diskussion: Die Generation der Kinder und Jugendlichen ist egozentrisch und gewalttätig, insbesondere weil sie so viel, so banales oder so grauenhaftes Fernsehen konsumiert. Der Einfluß der Medien- und Kommunikationswissenschaften auf die Beurteilung der Medien ist nicht nur wegen ihrer Unübersichtlichkeit gering. Es sind gerade die vorhandenen und gängigen Deutungsmuster des Alltagslebens über Medienwirkungen, die die Auswertung der Forschungsergebnisse und Theorien leitet. Denn hierbei dominieren einfache Ursache-Wirkungs-Vorstellungen, Sündenbock- und Verfalls-Argumente. Diskussionsbeiträge mechanistischer Ursache-Wirkungs-Forschung und schlichter Kulturverfall-Soziologen und –Pädagogen treffen auf eine korrespondierende Öffentlichkeit, wobei sich mechanistische Forschung, Verfalls-Theorien und die öffentliche Meinung gegenseitig verstärken. In den 70er Jahren gab es in den Medien- und Kommunikationswissenschaften eine breite Auseinandersetzung um die Paradigmen der theoretischen und empirischen Beschäftigung mit Medien und Massenkommunikation, so z. B. das Modell des sinnvollen sozialen Handelns. Auf diesem Modell aufbauend und in Verbindung mit den Methoden der interpretativen Sozialforschung wurde in den 80er Jahren eine Fülle meist kleinerer Forschungsprojekte durchgeführt, deren Ergebnisse noch lange nicht in die allgemeine Fachdiskussion, geschweige in die öffentliche Diskussion eingegangen sind. Hier hinkt insbesondere die wissenschaftliche Diskussion hinter ihren Möglichkeiten her. Dabei stünde zur Zeit der nächste theoretische Schritt an, nämlich Kultur-Konzepte in die Medien-Diskussion zu in-

tegrieren. Betrachtet man die schnelle Entwicklung der Medientechnik und des Medienmarktes, so ist die unklare Forschungslage frustrierend, weil Forschung zumindest einen Beitrag zur theoretischen Ordnung dieser Entwicklung und ihrer Folgen leisten könnten. Deswegen ist die Diskussion einer Art Meta-Theorie der Medien und Massenkommunikation eine der aktuellen und drängenden Aufgaben. Es geht darum, die vorhandenen Modelle, Paradigmen, Ansätze vergleichend zu verstehen. Dazu ist nicht nur Wissenschaftstheorie gefragt, sondern gerade auch die kulturhistorische Einordnung der Theorien und der Phänomene (Medien, Rezeption usw.). Systematische Reflexion, wie wir über Medien- und Massenkommunikation nachdenken und forschen, kann und sollte zu einer schlichten und damit kommunizierbaren Gliederung der Problemfelder führen. In einer mehrjährigen Diskussion mit Kolleginnen und Kollegen verschiedener Fachdisziplinen von Universitäten aus sieben Ländern, die miteinander eine europäische Studienkooperation aufbauen, zeigte sich, daß neben dem Feld der wissenschafts- und kulturhistorischen Reflexion drei weitere »Themenkomplexe« zu bearbeiten sind:

- Institutionen, insbesondere aus ökonomischer, soziologischer und juristischer Sicht,
- Medien, verstanden als aufeinander bezogene Texte, die geplant, produziert und analysiert werden,
- Menschen, die Medien verwenden (in der angloamerikanischen Diskussion: »Audience«). Hierbei geht es insbesondere um die Menschen in ihrer Lebenswelt und wie ihr Verhältnis zu den Medien aussieht. Schwerpunkt ist der Zusammenhang von Handeln, Kommunikation und Erziehung. Auf der Basis dieser Gliederung geht es im Augenblick m. E. darum, folgende Probleme in Angriff zu nehmen:

Institutionen zur Medienkulturentwicklung

Der Bereich der Massenkommunikation zerfällt quasi in zwei Welten, in die »große« Welt der Produktion, Technologie und Politik und in die »kleine« Alltagswelt der Mediennutzung. Nachdem sich ein mächtiger Medienmarkt herausgebildet hat, drängt es, in der Alltagswelt über netzartige Kooperationen Institutionen zur Medienkultur und zur Medienpädagogik aufzubauen oder neu zu profilieren. Ansatzpunkte können z. B. die Aktivitäten mancher Filmdienste und Bildstellen sein, medienpädagogische Beratung aufzubauen. Eine praxisnahe Fortbildungs- und Beratungsstruktur ist dringend notwendig, um Lehrer, Erzieherinnen, Fachleiterinnen usw. in ihren erzieherischen Bemühungen (z. B. für regelmäßige pädagogische Elternabende) zu unterstützen. Es gibt zudem kaum regionale medienpädagogische Vereine, die helfen, das vorhandene

Medienerziehung als Beitrag zur Medienkultur

Mit der Veralltäglichen des Fernsehens in der europäischen Nachkriegswelt begannen die Prinzipien von Konsum und Technologie auch Kommunikation, Sinn und Bedeutung zu erfassen. Lange wurde dieser Prozeß nur in seiner technologischen Entwicklung als Informationstransport wahrgenommen. Verstärkt durch die Konsummechanismen unserer Gesellschaft konnten und mußten die Menschen die Medienprodukte in ihr Alltagsleben und ihren Lebenslauf integrieren. Sie sind es, die in ihrer subjektiven Sinn- und Handlungsperspektive, also auf der Basis ihrer relevanten Themen, den Medien – also dem symbolischen Material der Industriegesellschaft –, Sinn und Bedeutung geben. Mit der Fragmentierung des Medienmarktes und der zunehmenden Individualisierung beginnen die Menschen ihre Lebenswelt als schnell veränderliche, jedoch subjektiv integrierte Medien-, Konsum- und Mythenwelt aufzubauen. Die Aktivität liegt heute zunehmend mehr bei den Rezipienten, die das symbolische »Material« ihrer Kultur arrangieren und integrieren. Arrangieren und Integrieren sind Formen von Ausdruck und Gestaltung, die auch in Bildungsprozessen zu fördern und zu entwickeln sind. Wichtiger Maßstab: Die Menschen brauchen Unterstützung, damit ihnen der Medienmarkt nicht die Ausdrucksmöglichkeit für ihre eigenen Themen und Perspektiven nimmt. Schulische Bildungsprozesse sind hier noch sehr weit weg von den Menschen und ihren bildschirmbezogenen Gestaltungsprozessen, weil die uns vertraute Buch- und Arbeitskultur wenig Zugang bietet zu einer mit Medienkonsum verschlungenen Lebensweise.

DISKURS:

Die alte Frage nach den Wirkungen der Medien wird immer wieder neu gestellt. Welche theoretischen und empirischen Ansätze sehen Sie, um zwischen zugespitzter Skandalisierung und Entwarnung einen wissenschaftlich begründeten praxisrelevanten Weg zu weisen?

BACHMAIR: Die Frage nach der Medienwirkung ist sicherlich auch ein wissenschaftshistorisches und wissenschaftstheoretisches Problem. Warum wurde die Beziehung von Menschen und Medien primär als Ursache-Wirkung gesehen und erst später im Kontext von Sinn, Bedeutung, Kommunikation? Dies ist Ausfluß einer mechanistischen Betrachtung der Menschen, ihres Handelns und ihrer Kommunikation, in der Logik der Industriegesellschaft. Es kommt die alte Denktradition der »Mimetik« als abbildende Wiederholung dessen durch die Zuschauer oder Leser, was auf der Bühne zu sehen oder im Text zu lesen ist. Beide Denkweisen dominieren immer noch die öffentliche Auseinandersetzung um Medienwir-

medienpädagogische Wissen auch praktisch zu bündeln. Zudem ist es an der Zeit, die Medien selber, z. B. in Form eines Pressebüros am kompetenten »Nachdenken« über Medienalltag und Medienkultur zu beteiligen. Nachdenken ist ein wichtiger Schritt in Richtung Medienkultur, der heute auch medienspezifisch zu organisieren ist.

Medienanalyse, um die Menschen zu verstehen

Die Medien entwickeln sich rasant, wobei die Rezipienten und die Technologie (z.B. interaktives Display-Fernsehen) die Bahnen strukturieren. So gibt es laufend neue Genres, von den Gameshows bis zu Reality-TV, die sich mit bekannten Programm- und Medienformen, besonders mit mythischen Darstellungsformen überlagern. Die Medien verbinden sich »intertextuell« und mit neuen Repräsentationstechniken (Display-Fernsehen, »Cyberspace«) zu komplexen Symbolgebilden, was zur Folge hat, daß die soziale Wirklichkeit sozusagen zur Bilderwelt wird.

Wir brauchen nun ein medienanalytisches Instrumentarium, das neue und schnell wechselnde Programmformen und ihre Überlagerungen verstehen und einordnen hilft. Medienanalyse muß sich jedoch darauf ausrichten, daß die Medientexte heute nicht mehr Produkte eines Schöpfungsprozesses des Dichter-Genies der Klassik sind. Die intertextuellen symbolischen Gebilde werden von den Rezipienten komponiert, was in die Medienanalyse als hermeneutisches Verfahren, um die Menschen in ihrer Lebenswelt zu verstehen, eingehen muß. Das eröffnet auch die Chance, über Medienanalyse die jeweilige Bilderwelt der Menschen und damit ihre subjektiven Themen und Erlebensweisen besser zu verstehen. Im aktuellen Generationskonflikt, bei dem die Kinder und Jugendlichen das Etikett der egozentrischen Störenfriede abbekommen haben, ist es hilfreich, die medienbezogene und sich deswegen auch schnell ändernde Sprache der Kinder und Jugendlichen besser zu verstehen.

kung. Die handelnde Wiederholung der Bildschirm-Ereignisse taucht als Argument regelmäßig, aber auch praktisch folgenlos auf, wenn neue Mediengeräte (z.B. der Videorecorder) oder neue Programm-anbieter auf den Markt drängen. Dabei kommt es zu einer Art öffentlichen Erschreckens, daß und wie sich Medieninnovationen im Alltagsleben breit machen; sicher auch, weil sich Medieninnovationen mit Tabu-Bereichen unserer Gesellschaft verknüpfen, insbesondere bei Gewalt- und sexuellen Darstellungen. So zeigt Reality-TV in zuvor nicht gekannter Weise Horror im Alltag, was auch mit allgemeinen Angstphantasien und einer Veränderung von Nähe und Distanz in unserer Kultur zusammenhängt. Die Zuschauer ordnen nun dieses »symbolische Material« in ihre Medienwelt und in ihre subjektiven Themen und sozialen Erfahrungen ein. Das ist kein mechanischer, sondern ein medien- und themenbezogener Prozeß der Rezipienten. Bemerkenswert sind hierzu u.a. Ergebnisse von Jürgen Grimm, der u.a. feststellte, daß sich die Zuschauer empathisch auf die Opfer einließen, wohingegen es gängige Annahme ist, die Zuschauer bezögen sich eher positiv auf die Täter. Wer weiß aber schon, wie welche Zuschauer die Fülle von Gewaltdarstellungen in ihre individuelle Bilder- und Sozialwelt integrieren, welche Interpretationsfunktion die allgegenwärtigen Gewalt-, Horror-, Dominanz- und Kampfdarstellungen entwickeln? Ärgerlich ist die Naivität, mit der Kommunikationstechnologie in das Alltagsleben der Menschen gedrückt wird, wie dabei gezielt Tabugrenzen strapaziert werden, um emotionale Aufmerksamkeit zu erzeugen. Ärgerlich ist ebenfalls, wie die von der Erwachseneneneration zu verantwortenden kulturellen Änderungen im Konflikt mit der Jugendgeneration als Schuldzuschreibung eingesetzt werden. Selbstverständlich machen die Medien etwas mit den Menschen! In einer auf Konsum und damit auf individueller Aneignung und Verfügung aufbauenden Kultur integrieren jedoch die rezipierenden Menschen die Flut der Bilder und Geschichten individuell in ihre Bilder- und Sozialwelt, wobei die Bilder in Form individueller Kompositionen Deutungs- und Handlungsmuster werden. Wie sonst in unserer Gesellschaft auch wird jedoch leider erst die Flut der Produkte in Gang gesetzt und dann versucht, die Folgen zu identifizieren. Dabei kochen viele ihr ideologisches Süppchen, einige mit dem Argument der Wirkungslosigkeit, andere mit dem Versuch, ihre reaktionären Weltbilder durchzusetzen.

DISKURS:

Ein zentrales Thema in der Medien-debatte ist die Frage nach der Kontrolle: staatliche Kontrolle, freiwillige Selbstkontrolle oder Vertrauen in die Erziehungsinstitutionen und in die Kompetenz des einzelnen. Wie könnte sich eine

moderne Medienwissenschaft auf Ökonomie, Soziologie, Psychologie und Pädagogik beziehen, um Orientierungswissen für Reflexion und Beratung zu entwickeln? Sehen Sie Ansatzpunkte für die Entwicklung der Medienwissenschaft hin zu einer integrierten Sozialwissenschaft?

BACHMAIR: Eine Gesellschaft, die Kommunikation und Medien in Konsum integriert, tut sich schwer mit Kontrollen, um die Folgen für die Menschen in den Griff zu bekommen. Die Logik des Konsums führt zur Werbung und nicht zu Zugangskontrollen! Der Gedanke des Bewahrens und des Schutzes vor Medien ist zudem durch eine lange und ärgerliche Tradition belastet, die sich gegen die Subjektivität der Menschen richtet. Anlaß dazu war eine intensive »innere« Bilder- und Phantasiewelt, die den Menschen half, sich trotz der Zwänge des Fürstentums des 18. Jahrhunderts als eigenständige Personen zu fühlen. Sehr schnell wurde deshalb der Lesestoff der Menschen kontrolliert, um die persönlichen Phantasien der Menschen zu bestimmen. Es ist zudem kein kulturhistorischer Zufall, daß mit dem Ende des Feudalstaates und der Französischen Revolution de Sades sexuelle Gewaltdarstellungen Teil unserer Kultur wurden. Die Subjektkonstitution der Industriegesellschaft ist mit heftigen und Tabugrenzen verletzenden Phantasiebildern und Medienangeboten verknüpft.

Kontrolle, die hier ansetzt, steht immer im Spannungsfeld, Subjektivität zu fördern und dem Schutz der Menschen vor einem entfremdenden Medienmarkt sowie der alten autoritären Absicht, die Kontrolle über individuelle Subjektkonstitution zu gewinnen.

Davon abzugrenzen ist die Frage, warum es politisch so leicht war, die Medienproduktion aus dem Bereich der Kultur auszugliedern und Marktmechanismen zu unterwerfen. Da es bei Medienpolitik und Medienmarkt um Macht geht, sind nun auch Institutionen notwendig, die die Interessen der Mediennutzer im Alltag artikulieren und durchsetzen. Neben Jugendschutzgremien, die bei allen Sendern und bei allen Landesanstalten der Rundfunkaufsicht einzurichten oder auszubauen sind, braucht es pädagogisch ausgerichtete Beratungseinrichtungen, die Forschungsergebnisse bündeln und in die Medienproduktion und Medienpolitik verpflichtend einbringen. Über solche Beratungseinrichtungen können die punktuell vorhandenen medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschungseinrichtungen Anstöße und auch Finanzierung bekommen. Ohne medienpädagogische und medienkulturelle Schwerpunktsetzung im Bildungs- und Erziehungsbereich wird sich jedoch kulturell wenig bewegen. Schule ist mit ihrer Lernzielorientierung, mit der Ausrichtung auf Arbeit und Rationalität, wenig in der Lage, den Kindern und Jugendlichen zu helfen, ihr Leben in einer Konsum- und Medienwelt zu gestalten.

DISKURS:

In der Kinder- und Jugendschutzdiskussion stehen neben den Fragen zum übermäßigen Medienkonsum und seinen Folgen die Probleme des Einflusses der Werbung und der Kommerzialisierung von Kinder- und Jugendkultur sowie der Darstellungen von Gewalt und Sex in den Medien im Vordergrund. Als mögliche Konsequenzen werden mangelnde Aneignung sozialer Kompetenzen, wachsende Konsumorientierung, erhöhte Gewaltbereitschaft sowie die Generierung verzerrter Leitbilder von Partnerschaft, Liebe und Sexualität benannt. Wo sehen Sie Gefährdungen gerade für Kinder und Jugendliche durch Medien, und inwieweit hoffen Sie auf die Eigenständigkeit und Widerspenstigkeit der Subjekte?

BACHMAIR: Für mich steht die Frage im Vordergrund, wie man Kinder und Jugendliche unterstützt, in der Medien- und Konsumwelt sinnvoll zu leben. Als erstes gilt es zu verstehen, wie die Erwachseneneneration die Welt, in der Kinder selbstverständlich aufwachsen, eingerichtet hat und auch verwahrlosen läßt. Es ist eine Konsumwelt der Starken, Schnellen und Erfolgreichen, mit dominanten Institutionen, in der die Menschen ihr Leben individuell neu einrichten müssen und gestalten können. Es ist eine unübersichtliche,

chancenreiche, riskante Welt, in der Orientierungen und Vorgehensweisen zuhauf angeboten und auch aufgenötigt werden, was die eigene Lebensgestaltung schwierig macht. Ohne Mühe und Vergnügen individueller Gestaltung gelingt jedoch heute Leben nicht. Dies zusammen sind die Lebensbedingungen der Kinder und Jugendlichen, in die Medien integriert sind. Die generationsspezifischen Lebensformen, die nun entstehen, werden schnell denunziert. In der britischen Diskussion liest sich dies folgendermaßen: »Elements in our society are combining to create for today's children a prematurely adult and somewhat lonely world that accustoms them to hedonism, selfishness, sexual amorality, the unseriousness and even normality of violence.« In Deutschland läuft die Einschätzung ähnlich. Aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht lassen sich dagegen folgende Veränderungen für die Generation der Kinder und Jugendlichen feststellen:

- Die Bedeutung der Sachverhalte und Ereignisse zur Handlungsorientierung und zur Deutung reduziert sich.
- Die individuell eigene Welt ist der Maßstab, in dem der eigene Alltag und die eigenen Themen Bezugsfunktion haben. In diese eigene Welt fügen die Menschen ihre Medienbilder und ihre Medienversatzstücke ein, die für sie die Funktion von Sprache übernehmen. Die Medien unterstützen die individuell eigene Welt u. a. durch eine distanzlose, erlebnisgeladene Sichtweise der Dinge, die die eigene Person in den Mittelpunkt der Wahrnehmung stellt.
- Gemeinsame, internalisierte und nicht versprachlichte Interpretationsmuster, die in Medien ihr objektives Korrelat haben, ersetzen Kommunikations- und Handlungssituationen als sozialen Bezug. Mit Medienbezügen werden Situationen hergestellt und Beziehungen gestaltet. Kommunikation läuft mit der Benennung von Filmen, Serien, Filmsequenzen, Filmfiguren usw. direkt über die Bilder, die sich Kinder und Jugendliche angeeignet haben. Sie sind der Bezugsrahmen subjektiver Aussagen. Rezipierte Medien verschränken sich mit subjektiven Absichten, Handlungssituationen und individuellen symbolischen Darstellungen. Angeeignete Mediendarstellungen haben die Funktion, den Kommunikationskontext herzustellen. Damit löst sich Kommunikation vom Handlungskontext.
- Perfekte Bilder der Massenkommunikation werten die eigenen sprachlichen, bildnerischen oder gestischen Erklärungen und Darstellungsweisen ab. Handlungsmuster lösen sich damit in vergleichbarer Weise auf wie die geschlossenen Erzählstrukturen der Medien. Zwar korrespondieren die subjektiven Phantasien, Ideen und Pläne mit den perfekten Bildern der Medien, sie lassen sich jedoch in Handlungssitua-

tionen nur als verbale Elemente mit aktiven Handlungselementen zu einer Dramaturgie überlagernder Hektik realisieren.

Die Veränderungen in der Alltagswelt der Kinder und Jugendlichen lassen sich also nicht so griffig wie Gewaltbereitschaft u. ä. in die aktuelle Diskussion einbringen, stecken jedoch den Rahmen für das ab, womit sich Forschung, Schule und Erziehung auseinandersetzen sollten, nicht zuletzt, weil hier wichtige Problempunkte des aktuellen Generationskonflikts erscheinen. Die medienbedingten Veränderungen der Erlebnis- und Handlungsweisen machen mir Sorge, weil sich das Verhältnis der Kinder und Jugendlichen zu sich, zu anderen und zur sozialen Wirklichkeit verändert und ihnen dies aufgenötigt wird. Damit wird uns diese Generation auch fremd, was uns nicht enthebt, mit dem wissenschaftlichen und medienpädagogisch praktischen Instrumentarium diese Lebensbedingungen und Lebensäußerungen zu verstehen und zu beeinflussen. Was den Pädagogen ermutigt, ist die zunehmende Rezipientenorientierung der Massenkommunikation. Massenkommunikation heute funktioniert, weil die

Rezipienten die Medienangebote zu eigenen symbolischen Kompositionen verbinden. Deswegen sind alle identitätsstärkenden pädagogischen Angebote, jede Förderung von persönlichem Ausdruck und Gestaltung, aber auch die Unterstützung von Distanz und Reflexion sinnvoll und notwendig. Hierzu gibt es ein breites Methodenrepertoire der Medienpädagogik, das eigentlich nur auf die Systematisierung und praxisnahe dokumentarische Erschließung wartet.

DISKURS:

Die sozialwissenschaftliche Diskussion um die Kategorie Geschlecht läßt sich derzeit an zwei unterschiedlichen Polen festmachen: Während der eine als Bezugspunkt die Chancengleichheit bzw. die ungleichen Chancenstrukturen und Machtverteilungen zur Beschreibung sozialer Wirklichkeit nehmen möchte, betont der andere Pol die Unterschiedenheit und Differenz der Geschlechter, deren Analyse bei der Betrachtung von Chancen(un)gleichheit zu kurz käme. Ist der Eindruck richtig, daß die Medienforschung bislang von

dieser Debatte noch nicht erreicht ist? Wo sehen Sie in diesem Zusammenhang zukunftsweisende Ansätze?

BACHMAIR: Als Mann oder Frau geboren zu sein, entscheidet bislang immer noch darüber, wie man oder frau an Macht und Chancen der demokratisch verfaßten Gesellschaft beteiligt ist. Für eine demokratische Gesellschaft ist dies ein Ärgernis, nicht zuletzt weil die demokratische Lösung des gesellschaftlichen Verhältnisses von Männern und Frauen zu den seit langem anstehenden und immer noch verschleppten Problemen gehört. Das Ärgernis wiederholt sich erneut in den Medien. So bietet z. B. die öffentliche Bilderwelt der Massenkommunikation Mädchen kaum Themen, Figuren, Geschichten, mit deren Hilfe sie sich mit ihrer geschlechtsspezifischen Identität symbolisch beschäftigen könnten. Geschlechtsspezifische Identität ist nun der aktuelle Problemanteil, weil die konsumorientierte Industriegesellschaft Gleichartigkeit und Individualisierung im Konsum als tragendes Muster anbietet und darauf aufbauend individuelle Lebensgestaltung verlangt. Mann oder Frau zu sein, ist eine der wenigen Eindeutigkeiten unserer Art zu leben, in der sich jedoch sofort wieder der alte und noch ungelöste Konflikt um gesellschaftliche Gleichheit widerspiegelt. Komplizierend kommt hinzu, daß sich die Eindeutigkeit des Geschlechts mit den veränderlichen Figurationen aus Medien, Konsum, Handlungsmustern und sozialen Ausdrucksformen verbindet und damit die erhoffte Funktion, Klarheit zu geben, verliert. Für Forschung folgt daraus, sich in psychologischer, sprachwissenschaftlicher und soziologischer Perspektive mit dem Zusammenhang von Identität, alltags- und handlungsrelevanten Lebensthemen und den symbolischen Darstellungsformen der Medien auseinanderzusetzen. Für Medienpädagogik ist geschlechtsspezifische Identität eine Perspektive, um identitätsfördernde praktische Methoden weiter zu entwickeln, vorhandene Erfahrungen zu dokumentieren und zu erschließen. Im Mittelpunkt stehen assoziative Phantasie sowie Ausdrucks- und Gestaltungsfähigkeit der Menschen – bezogen auf ihre altersspezifischen Lebensthemen. Dabei ist Kompensation zum Medienmarkt angesagt. Es gilt, für Mädchen weibliche Themen und symbolische Darstellungsformen zu erschließen, für Jungen Wege weg von den reduzierten Männerbildern der Massenkommunikation zu öffnen. Für die Medienpädagoginnen und Medienpädagogen stellt sich als Aufgabe, die alters- und gruppenspezifischen Darstellungsformen geschlechtsspezifischer Themen zu akzeptieren und zu unterstützen und sie nicht mit eigenen Identitätsfragen zu vermischen.

DISKURS:

Mit der Auflösung der DDR kam es auch

zu einem Ende der staatlich kontrollierten Medienlandschaft. Gibt es bei den Rezipienten in den neuen Bundesländern eine Entwicklung von einer Idealisierung der Medien und Verführbarkeit durch ihre Inhalte zu Ernüchterung und Ablehnung? Welche Einflüsse lassen sich nach dem Systemwechsel konstatieren?

BACHMAIR: Massenkommunikation der westlichen Industriegesellschaft basiert auf Konsum. »Bildung«, »Hochkultur«, »Auseinandersetzung«, »Kommunikation« u. ä. m. waren nicht die kulturellen Leitlinien für die Entwicklung des Fernsehens und des Medienmarktes, der dem Fernsehen folgte. Medienkonsum ist individuell verfügende Aneignung gleichartiger, weil industriell produzierter standardisierter symbolischer Objekte. Medienkonsum funktioniert nur, weil die Menschen Geräte, Rezeptionssituationen und Medien-erlebnisse individuell sinnvoll in den Fluß ihres jeweiligen Alltagslebens integrieren. Hierzu ist in den letzten Jahren der Begriff der Medienkommunikation entstanden. Medienkommunikation setzt kulturelle Erfahrung und Lebenserfahrungen mit Konsum in anderen Lebensbereichen ebenso voraus wie spezifische Institutionen. Mit der Auflösung der DDR wurde plötzlich Konsum zum Lebensprinzip, ohne daß die dafür notwendigen kulturellen und individuellen Erfahrungen vorhanden sein konnten. Weil Konsum nicht nur simples Kaufen und Verbrauchen ist, sondern eine spezifische kulturelle Verbindung von Gleichartigkeit und Individualität, ist nicht zu erwarten, daß sich Medienkommunikation, so wie wir sie kennen, glatt und konfliktlos herausbildet.

Zu bedenken ist zudem, daß es in allen sozialistischen Staaten eine entwickelte Filmpädagogik gab, und zwar als Teil von Ästhetik. Das dichte Netz der Jugendfilmclubs der ehemaligen DDR hatte sich die Filmästhetik zur Aufgabe gemacht, wobei die mit Film konstitutiv verbundenen und »vormundschaftlich« schwer zu kontrollierenden und schwer zu verwaltenden Phantasien auch einen subversiven, wenn auch begrenzten Freiraum schafften. Nur hat dies mit Medienkommunikation als konsumbezogener Erlebnisverarbeitung, als subjektivem Ausdruck und Gestaltung von seiner Logik her wenig zu tun. Von der Infrastruktur der »Filmerziehung«, die von der ästhetischen Filmerziehung zur Medienkommunikation hätte Brücken bauen können, ist nun leider wenig übriggeblieben. Wie welche Institutionen mit welchen Funktionen entstehen, wird sich zeigen. Hierzu bietet sich ein Modellversuch an.

Die allgemeinen Probleme der Menschen in den alten Bundesländern entsprechen in ihrer Struktur denen, die sich für Menschen und Lebenskonzept an den Grenzen zwischen entwickelter Industriegesellschaft westlichen Typs und traditionellen, eher agrarischen Lebensformen ergeben.

In diesem Zusammenhang denke ich an eine junge kurdische Familie, die mit ihren beiden kleinen Kindern in die eigene Wohnung gezogen ist. Kurdisch ist nicht mehr ihre Familiensprache, Türkisch ist die Sprache des türkischen Fernsehprogramms, das fast ständig eingeschaltet ist. Auf deutsch läuft der Kontakt zur sozialen Umgebung, in die die beiden Kleinen jedoch nicht hinausgehen. Mehr und mehr schalten sie auf deutschsprachige Cartoons um und bleiben dann auch vor dem nachfolgenden Programm sitzen. Die große Abwechslung ist der wöchentliche Besuch bei den Großeltern und den dort mit in der Wohnung lebenden Verwandten. In diesem Rest von Großfamilie gruppiert sich das Familienleben ebenfalls vor dem türkischen Fernsehprogramm. Die hier entstehende Art der Kommunikation läßt sich in ihrer Struktur an den drei reduzierten Sprachen der Kinder veranschaulichen. Vor Jahren haben Michael Charlton und Klaus Neumann-Braun die Aufgabenstellung mit »Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie« benannt. Konkret und praktisch ist in den vergangenen Jahren hierzu institutionell und mit Breitenwirkung wenig passiert. Die zirkulär an- und abschwellende Klage über fehlende Medienerziehung und Jugendschutz zeigt dies. Immer noch ist Medienerziehung Angelegenheit der Eltern, engagierter Lehrer, Erzieherinnen, Wissenschaftler und ganz weniger Institutionen. Das sich hier konkret stellende Kulturproblem – Lebensgestaltung in einer von Medien geprägten Welt – erscheint in der öffentlichen Diskussion bislang nur als Frage des Jugendschutzes. Und noch nicht einmal dazu entstehen Institutionen, die Angebote und Unterstützung für den Erziehungsalltag anbieten, und sei es nur im Angebot regelmäßiger medienpädagogischer Elternabende. Deshalb ist es aktuell vordringlich, medienkulturelle Institutionen für das Alltagsleben der Menschen zu entwickeln, die die zersplitterten und zum Teil veralteten Angebote und Funktionen von Medienver-

leih, Beratung, pädagogischen Aktionen, Offenen Kanälen u. a. m. für Erziehung und Unterricht fruchtbar machen. Dazu sind Netzstrukturen notwendig, in denen medienkulturelle Institutionen wachsen. Das geht sicher nicht ohne die Initiative eines Modellversuchs, der z. B. analog zu den »Seniorenbüros« arbeitet.

DISKURS:

Die Medienlandschaft in globaler Perspektive muß besonders auch im Hinblick auf die europäische Einigung gesehen werden. Kommt es nach einer Internationalisierung von Ökologie- und Ökonomie-Zusammenhängen nun auch zu internationalisierten Kulturen mit einer aufgeklärteren Haltung dem Fremden gegenüber, oder besteht die Gefahr, daß neue Nationalismen entstehen?

BACHMAIR: Medientechnologie und Medienökonomie haben zu einer internationalen Gleichartigkeit des Programmangebotes und Angebotsformen (viele private und werbefinanzierte Sender mit wenigen Finanziers) geführt. Dabei greifen die traditionellen Vorstellungen von Hochkultur nicht mehr, was die Bilderflut des Banalen, der Werbung und die emotionalisierenden Sendungen belegt. Ebenso verliert sich das BBC-Ideal des gesamtverantworteten Rundfunks, der für alle ein integriertes und ausgewogenes Programm von Unterhaltung, Information und Bildung anbietet. So passen sich Medien in den für konsumorientierte Produktion generell geltenden Trend ein, bei hoher Gleichartigkeit individuell nutzbare Programme anzubieten: Mit der Fernbedienung schnell durch die Action-Serien, Gameshows, Talkshows, Nachrichten, Comic-Serien zu schalten, bei persönlich relevanten Bildern und Erzählelementen hängen-zubleiben und dies zum eigenen »Patchwork« zu kombinieren. Mit dem interaktiven Display vom Typ des »Gameboy« der Firmen Nintendo oder Sega sich in vofabrikriertes Erzähl- und Aktions-Material

einzuschalten, führt dieser Trend mit neuer Dynamik weiter. Dies geschieht in Schottland wie in Sizilien, wobei die Nutzungsmuster hoch individuell, aber auch innerhalb der traditionellen Kultur- und Handlungslinien entstehen. Die aktuelle Rezipientenorientierung der Programmangebote ist dafür der wesentliche Ansatzpunkt. Fazit: Die Internationalisierung der Medien ist keine kulturelle Antwort auf die aktuellen Nationalismen und Regionalismen. Allerdings sind in der EG kulturelle Strukturen entstanden, die Ansatzpunkte für eine gemeinsame Arbeit zur Entwicklung von Medienkultur bieten. Die Jahre, die ich an dem schon erwähnten europäischen Studienkooperationsprojekt »European Programme in Media, Communication and Cultural Studies« mit zehn Universitäten aus sieben europäischen EG-Ländern arbeite, sind ermutigend. Mit Geduld ist es in Europa möglich, trotz inkompatibler Universitätssysteme Studenten Kulturgrenzen übergreifend an die aktuellen Medien- und Kommunikationsprobleme heranzuführen. Aus einer Studienkooperation läßt sich auch eine Forschungskoooperation entwickeln! Für Medienpädagogik steht europäische Kooperation auf der Tagesordnung. Medienpädagogische Institutionen und Konzepte sind in den einzelnen Ländern je nach Bildungs-, Medien- und Kulturorientierung anders entstanden. Information, Dokumentation und – vorsichtig – gemeinsame Projekte sollten die ersten Schritte sein.

DISKURS:

Über der Diskussion der Wirkung von Medien auf Kinder und Jugendliche wird oft die Frage nach der ästhetischen Qualität und der ästhetischen Differenzierung innerhalb der Medien und der Jugendkultur vergessen. Dies ist um so auffälliger, als es gerade bei dem genuinen Gegenstand der Medienforschung – den Medien selbst – sehr viel um Betrachten, Wahrnehmen und Unterscheiden auf einer ästhetischen Ebene geht. Fernsehbilder haben eine andere Form als etwa Zeitschriftencover, und ein Spielfilm ist ein anderes Genre als eine Fernsehserie. Welchen Stellenwert räumen Sie diesen ästhetischen Formen innerhalb der Mediendiskussion ein, und wie intensiv könnte oder sollte eine moderne Medien- und Kulturforschung diese unterschiedlichen ästhetischen Chiffren und Darstellungsformen aufgreifen.

BACHMAIR: »Ästhetik« ist eine zu brüchige Kategorie, um sich an Massenkommunikation und Medien anzunähern. Aus dem 19. Jahrhundert ist als intellektuelles Erbe viel Hoffnung auf die Entfremdung überwindenden Möglichkeiten von Kunst an uns übergegangen. Im Kern ging es in der Tradition der Klassik um den herausragenden schöpferischen Menschen, der sich genereller ästhetischer und prinzipiell humaner Ausdrucksformen bedient.

Künstler wie Josef Beuys haben diese Hoffnung als unzureichend für die Industriegesellschaft herausgestellt, z. B. indem Beuys Alltagssituationen, Alltagsmaterialien und archetypische Symbolik so arrangierte, daß die Menschen in einen gestaltenden Prozeß der Auseinandersetzung und der Gestaltung von Beziehungen gezogen wurden. Dabei hat sich viel von dem realisiert, worauf Walter Benjamin in seiner Kunstkritik und seiner Skizze der Chancen veränderter Wahrnehmungsweisen als Folgen der »Reproduzierbarkeit des Kunstwerks« hingewiesen hat. Liest man Benjamins Essay zu Medien und Ästhetik zusammen mit Horkheimers und Adornos Kritik der »Kulturindustrie«, dann öffnet sich der Blick für den komplizierten Zusammenhang von Technologisierung, Individualisierung, Kultur und Medien, der aktuell zu rezeptionsbezogenen Lebensformen führt. Dabei ist die Kategorie der Ästhetik wenig hilfreich, im wesentlichen nur um die kulturhistorischen Veränderungen zu erläutern. Notwendig ist es jedoch, nach der Funktion »symbolischer Formen«, so z. B. die hilfreiche Kategorie von Pierre Bourdieu oder Ernst Cassirer, zu fragen. Für die Beziehung von Menschen, Medien und Lebensformen ist nun folgender Trend wichtig:

- Gesamtgesellschaftliche oder schichtspezifische Rituale und Verhaltensnormen werden unwesentlich und verlieren ihre Gestaltungsfunktion. Alltägliches Handeln kann nicht mehr mittels allgemeiner und selbstverständlicher Muster selbstverständlich unternommen werden.
- Individuelle Muster werden wichtig. Aushandeln, Cliques und Milieus, ritualisierte Situationen bekommen stabilisierende Funktion. Dabei wird eine Individualisierung von Normen, Moral, Lebenswelten und Lebensstilen in Gang gesetzt. Das »gemeinsame Band« liefert der öffentliche Konsum und die zugehörige öffentliche Bilderwelt.
- Dies gemeinsame Band der individualisierenden öffentlichen Bilderwelt entsteht aus der Überlagerung von zweckrationalen und mythischen Strukturen. Die Technologie der bewegten Bilder hat sich von Anfang an mit mythischen Deutungs- und Darstellungsformen verbunden. Zur Zeit liefert die Informationstechnologie (mit der Verbindung von Kybernetik und Sprache) eine neue hoch formalisierte Kulturtechnik, die sich mit mythischen symbolischen Formen verbindet. Für diese Entwicklung steht, wie schon gesagt, der »Gameboy« als Prototyp.

Um diese Entwicklung zu verstehen, bedarf es einer Verbindung von Kultur-, Sprach- und Medienforschung, deren praktische Lebensweltausrichtung gerade auch von der Medienpädagogik einzubringen ist.

Die Fragen stellte Wolfgang Gaiser.